

かけはし

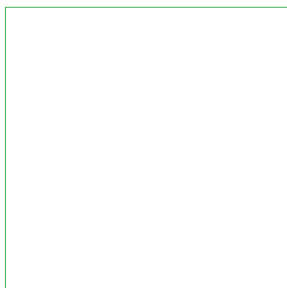
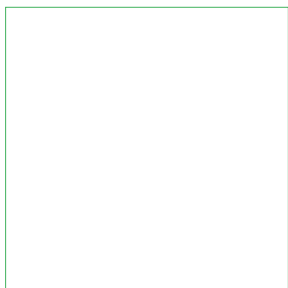
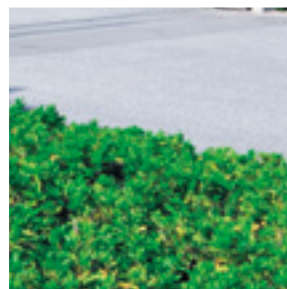
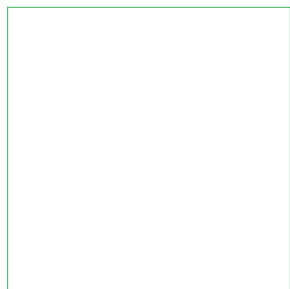
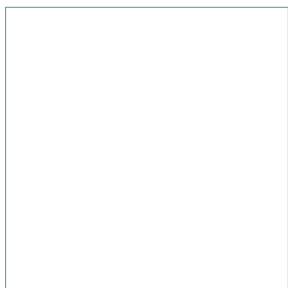
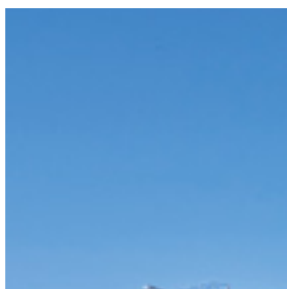
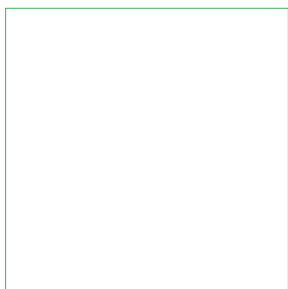
5

May

2014 vol.158

かけはしマネジメント対談

新江州株式会社



企業・強みの研究

中山運輸機工株式会社

企業・強みの研究

長谷金属株式会社

地域が変わる——地域活性化の現場

高島【国境炭焼きオヤジの会】

BUSINESS TALK



ビジネストーク

「お金の流れで地球環境を守る」

頭取 大道良夫

いま、「地球の危機」が叫ばれています。人口急増による地球資源の枯渇など環境問題への対応は一刻の猶予も許されず、まさに人類存亡の岐路と言っても過言ではありません。

国連の「気候変動に関する政府間パネル」(IPCC)は3月31日、横浜市で地球温暖化に関する最新報告書を公表しました。報告書では、気温が20世紀末比2℃以上上昇すると生態系や気象などへの影響が大きく、食料生産減少や大規模な移住、紛争、貧困などの深刻な問題を引き起こすと指摘しています。

また、報告書では、リスクとして「海面上昇や高潮被害」「大都市での洪水」「極端な気象によるインフラの機能停止」「都市部で熱波による死亡や疾病」「気温上昇や干ばつによる食料安全保障の脅威」「水資源不足と農業生産減少」「海洋生態系の喪失」「陸上生態系の喪失」の8項目を列挙しています。日本でも今世紀末に気温は3.5〜6.4℃、海面が60〜63cmそれぞれ上昇するなどの予測も示されました。

私たちは、この「最悪のシナリオ」をなんとかしても回避し、豊かな自然とその恵みをできるだけ多く子孫に遺さなければなりません。報告書は、将来のリスクに対し「経済的、社会的、技術的、政治的決定や行動の変革が、気候に対してレジリエント(強靱)な経路を可能とする」と結ばれています。

温室効果ガスの思い切った削減や被害を減らす「適

応計画」の実現は並大抵のことではありませんが、私たちの企業活動も、「環境保全」の視点から報告書の結びにある「決定や行動の変革」が求められています。

一方、個人の生活では、IPCCが身近な暮らしのなかでできることとして推奨している「省エネを心がける」「ガソリンを極力使わず、歩く、自転車に乗る」「温暖化防止に熱心な企業の製品を選ぶ」「地産地消を心がける」「ゴミを減らし、分別して、資源を有効に利用する」「食べ物を捨てない」などを、今こそ皆が本気で実践する必要があります。

さて、当行は3月17日、「第17回環境コミュニケーション大賞」環境報告書部門で環境大臣賞(最高賞)の栄誉に浴しました。「エコオフィス活動」「多様な環境対応型金融商品の取り扱いによる本業を通しての活動」「様々な環境ボランティア活動」の取り組み内容と、活動を紹介した「CSRレポート2013歩みを、共に。」が評価をいただきました。これもひとえに、当行の「環境保全への取り組み」に対する皆さまのご理解とご支援の賜物と、深く感謝しております。

授賞式の席上、受賞者挨拶のなかで私は「お金の流れで地球環境を守るといふ本業を通じた活動に更に注力していきたい」とお約束しました。銀行として、そして個人としても環境保全に向けた取り組みを更に強化してまいる所存です。ご支援をよろしくお願い申し上げます。

C O N T E N T S

かけはし

vol.158 5 May



滋賀銀行は、環境省認定の「エコ・ファースト企業」として、「環境経営」に取り組んでいます。

本誌「かけはし」は、
<http://www.keibun.co.jp/>でもご覧いただけます。
※「かけはし」の名称は、(株)しがぎん経済文化センターが商標登録しています。
本誌掲載の記事、写真、イラスト等の無断複写(コピー)・複製(転載)を禁じます。

02 ビジネストーク
「お金の流れで地球環境を守る」

03 かけはしマネジメント対談
新江州株式会社
代表取締役社長 草野 勉氏

07 企業・強みの研究
中山運輸機工株式会社

09 企業・強みの研究
長谷金属株式会社

12 地域が変わる—地域活性化の現場
高島
国境炭焼きオヤジの会

14 アジア&ワールド
ネクスト・チャイナ
～超大国インドの投資環境～

16 アナリストレポート 県内景気天気図
引き続き緩やかに回復

18 ズームアップ 県内経済情報
駆け込み後の反動減発生へ 5割の企業見込む
(県内企業動向調査特別アンケート)

20 主要経済指標

21 イチ押し! pick up
遠藤醤油株式会社
濃口醤油「琵琶のしずく」

21 しがぎんトピックス
滋賀県と「地域密着連携協定」を締結

22 着眼大局
5月の比良
常務取締役 今井 悦夫

22 県内データあれこれ
平成24年経済センサス—活動調査 製造業調査結果



「人を大切に」の理念を追求し
顧客、従業員、地域社会の
つながりあう人の心を温かくしたい。



新江州株式会社

代表取締役社長 草野 勉氏

▶interviewer

頭取 大道 良夫 長浜支店長 根尾 裕之

段ボールや包装資材、住宅資材などで成長してきた新江州は、時代の変化に応じ
て業容を拡大し、「新しい価値の提案者」として新生した。貫くのは「人を大切に」
の経営理念。特に「女性が輝く職場づくり」には惜しみなく力を注いでいる。

「段ボールの新江州」から発展 多様な3つの事業が大きな柱に育つ

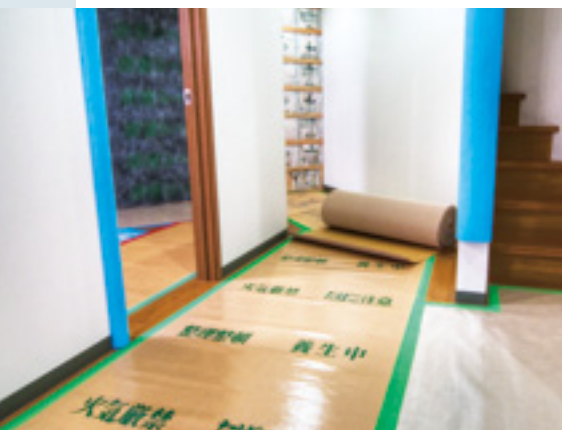
大道●2001年の本対談に森建司会長
をお訪ねした際は「循環型社会にかな
うパッケージ」について極めて大局的な視
点から語っていただきました。新江州さん
は1947年に和洋紙販売で創業。59年
の伊勢湾台風で紙の供給路が寸断され
たのを機に、段ボール紙器の製造に進出
されたとお聞きしています。

草野■折からの高度成長の波に乗って、段
ボール事業は飛躍的に伸びました。66年
に就任した中川菅雄二代目社長の時代
は、まさに段ボール紙器が成長エンジンで
した。それを大きく方向転換したのが三
代目の森会長です。

大道●「得意なものありき」は供給側の
論理である。真の商人は得意分野に束縛
されず、時代が本当に求めるものを商わ
なくてはいけない」そんな経営哲学にのっ
とり、業容の枠組みを大胆に拡大してこ
られましたね。



多孔質フィルムと不織布を貼り合わせた透湿防水シート
「ハウスラップ」



施工時の床に敷設し、キズや汚れから保護する養生シート

草野■89年に現在のコンパティンゲカン
パニーの前身にあたるマスキング開発事
業部と、デザイン力を生かして広告・販
促などの企画制作を行うプランセル事業
部を開設し、「段ボールの新江州」から新
たな事業を展開する企業に新生させま
した。

根尾●コンパティンゲカンパニーは、外部
からは分かりにくいビジネスですね。
草野■コンパティンゲとは「付加価値加
工」のことです。例えば、不織布とフィル
ムを貼り合わせることで新たな機能性素
材が生まれます。そのような付加価値製

品を創造する事業だとお考えください。
床材の剥離紙を建築用の床や壁を保護
する養生シートに利用したのが発端とな
り、屋根下地や壁下地といった建築用製
品を開発してきました。その他にも地盤
安定シート等の土木資材、不織布の通気
性を生かした医療用衣類など、幅広い分
野で新たな付加価値を生み出し続け
ています。

大道●以前から事業部ごとの独立採算
を重視していらっしゃいますね。

草野■2002年には各事業を独立採算
にする社内カンパニー制を導入しました。
現在はエコマテリアルとコンパティンゲの
2カンパニーと、プランセルグループや成長
が期待されるUVグライフックスグループ
を含むクラスター事業部の3事業を中心
に当社は事業展開しています。

大道●エコマテリアルカンパニーは、お家芸

の包装資材から発展したものです。
草野■包装・物流を主体に、お客さまの
流通のあらゆるシーンに対応する総合ソ
リユーション（問題解決）を目指しています。
製品情報や流通条件を細かくお伺いし
てパッケージプランを企画・提案。サンプル
作成やテストを行い、製造・加工まで行い
ます。

UVグライフックスの技術で 相乗効果を生み出す

大道●東京スカイツリーの各フロアを飾
る、江戸切り子柄や江戸小紋柄が施され
たガラスやパーティション類は、UV硬化
インクを使う「UVグライフックス」の技術
を駆使して新江州さんが手掛けられた
そうですね。

草野■ガラスやフィルムなど、これまで印
刷できなかった素材にUVグライフックス処理
ができる新技術です。空間装飾への応用
に着眼し、東京スカイツリーではガラス飛
散防止フィルムを美しい模様で飾りまし
た。いわゆる「用と美」の融合ですね。新
千歳空港国際線ターミナルビルなどでも
採用され、これからの成長が大いに期待
できる事業です。

大道●彦根市等がつくる「びわこ湖東路
観光協議会」の観光客誘致で評判になっ
たのが、御社のプランセルグループが制作



新江州株式会社 代表取締役社長

草野 勉氏

(くさのつとむ)

1944年生まれ。63年、滋賀県立長浜商工高等学校(現・県立長浜北星高等学校)を卒業し、江洲紙業株式会社に入社。2003年、新江州株式会社代表取締役社長に就任。

社 是

過去には感謝
現在には信頼
未来には希望

経営理念

新江州は『人を大切に』を基本として
常に新しい価値の創造と豊かな未来社会に
貢献する企業をめざします

会社概要

新江州株式会社

- 資本金/2億900万円
- 従業員数/154名
- 事業内容/物流・包装システム、包装資材、段ボール、産業資材・洋紙、建築養生材、セールスプロモーション・企画・デザイン、UVグラフィックス その他
- 本社所在地/長浜市川道町759-3
- URL/http://www.shingoshu.co.jp/

プロフィール

- 1947年 江洲紙業有限会社として創業
- 1959年 江洲段ボール紙器株式会社を設立
- 1965年 両社が対等合併して江洲紙業株式会社に改組
- 1992年 新江州株式会社に社名変更
- 1997年 本社・工場を新築・移転
- 2001年 循環型社会システム研究所を開設
- 2011年 新江州韓国株式会社を設立



新江州情報館 eプラザ

大道●女性にはポジティブで向上心の強い人が多いですね。国際部で海外勤務を公募すると、手を挙げるのはほとんどが女性行員。もともと女性活躍できる舞台を増やして行こうと思っています。

草野■女性には「頑張っているあの人に続こう」と自分を励ます心理が強いようです。すから、まず、輝く女性のロールモデルを多くの職場で増やしたいですね。

ユニークなCSR活動で独自の哲学を発信する



「もったいない、おかげさま、ほどほどに」を提唱する環境活動

どに「の頭文字を連ねた「M・O・H」は、持続可能な社会づくりへの提言を目指して設立した「循環型社会システム研究所」のキーコンセプトです。季刊誌「M・O・H」を通じて、多面的な切り口から「自然と共生する知恵」を情報発信しています。森会長の哲学を受け継いだCSR活動の一つで、愛読者の方は予想以上に多く、新江州の顔としての機能も果たしています。

大道●地域あるいは業界のリーディングカンパニーは自らの環境経営を志すだけでなく、オピニオンリーダーとして情報を発信していく責任も担っています。当行もさまざまなCSR活動に取り組んでいますが、新江州さんの活動は経済界の中で光を放っておられますね。最後に、未来への展望をお聞かせください。

草野■当社はあくまでもサプライヤー（供給者）であり、お客さまに選んでいただ

だけけるよう常に「価値の創造」に努めてきました。その本分は守りつつも、今後は自社ブランド製品や独創技術の開発に力を注いでいきます。それによつて社会貢献や従業員満足度をさらに高めることができよう。そのために重視すべきはやっぱり「人」。私が社長になつてからの10年間で新卒採用は100名を超え、平均年齢は約34歳になりました。いまの若者はスキルも意欲も知識も豊富で、彼ら、彼女らがすくすく育つ会社でありたいですね。若者が育てば未来は明るい。そう信じています。

大道●草野社長の「人を大切に」する思いの、熱が伝わります。本日はありがとうございます。

された電車の中吊り広告です。大人気の「ひこやん」の魅力を引き出した作品は、女性デザイナーの手によるものです。

草野■その通りです。カタログ類の販売促進ツールや商品パッケージなどのデザインを手掛けるブランドグループは、女性のしなやかな発想と感性が生かされる職場です。大手通販カタログの企画制作を長年担当した経験もあり、今後はUVゲ

大道●2011年に法政大学等が主催した「第1回日本でいちばん大切にしたい会社」大賞で審査委員会特別賞を受賞されたことは、まさに理念の実践の結果だと思っています。お客さまや外注・仕入先さまとの関係に加えて、離職率や定年年齢、実労働時間に対する教育訓練時間、年次有給休暇の取得率といった従業員満足に関する指標が精査された結果の受賞だそうですね。

草野■障がいのある人の雇用率など、社会貢献指標で高評価を得たのもうれしかったですね。自画自賛のようですが、本当にコソコソと積み上げてきたことを評価していただけたのだと思っています。

女性活躍が企業に輝く「女性力」を生かす

大道●昨年、女性の能力発揮に前向きな企業を讃える「均等・両立推進企業表彰」の滋賀労働局長優良賞を御社が受賞されたのも、積極的な取り組みの結果と伺っています。女性の力を生かすことに熱心で、子育てサポート企業認定の「くるみんマーク」も取得されていますね。

草野■当社ではブランドグループはもちろん、営業職や生産管理職においても女性が活躍しています。その人を欠いては仕事が進まない職場も多く、いかに長く勤続してもらえぬかに心を砕いています。女性にとつて結婚・出産は大きな転機です。産休・育休をきちんと取ってもらったうえで元の仕事にスムーズに復帰してもらうには、会社としてどんなことを整備すればいいか。そういった課題を女性の目線から考える「女性力活性化委員会」を09年に設け、彼女たちの提言に基



異素材同士をラミネートする「カーテンスプレーラミネート機」の前で

づいた改革・改善を進めてきました。例えば、妊娠中に安心して使えるよう和式トイレを洋式にかえる、育児介護休業制度の拡充を実施するなどです。

大道●当行でも幅広い職域で女性の存在が増していますので、「長く勤めてもらいたい」との思いは同じです。何よりもまず、「男性だから、女性だから」という心の垣根を取り払うことでしょうか。

草野■その通りです。障がいのある人の雇用でも同じことです。障がいのある人「バリアフリーな心」を持ちたいものです。経営者や管理職がまずそう考え、その考えを周囲にも伝え続けていかなければなりません。



さまざまな商品や素材に印刷できるUV硬化インクを使用したダイレクトプリンターの説明を聞く、左から草野勉社長、大道頭取、根尾支店長

ライフックスのデザイナーとの相乗効果を生み出していきたいですね。

「人」重視の経営理念で実現した「日本でいちばん大切にしたい会社」

大道●女性の力を新江州さんはとても大切にされていますね。従業員154名のうち女性は51名、非サービス業で高い比率を誇っておられます。

根尾●女性が働きやすい職場づくりは男性の働きやすさにもつながります。草野社長が掲げられた「人を大切に」の経営理念と結びつくように思えます。

草野■ここにいる「人」とはお客さまやビジネスパートナー、地域社会などのステークホルダー全てを指しますが、従業員とその家族の幸福を一番に願うのは企業が負うべき当然の責務です。その思いから従業員満足度を常に意識し、一人ひとりが物心両面で豊かに働き暮らしているのかに気を配ってきました。

員満足に関する指標が精査された結果の受賞だそうですね。

草野■障がいのある人の雇用率など、社会貢献指標で高評価を得たのもうれしかったですね。自画自賛のようですが、本当にコソコソと積み上げてきたことを評価していただけたのだと思っています。

女性が輝けば企業も輝く「女性力」を生かす

大道●昨年、女性の能力発揮に前向きな企業を讃える「均等・両立推進企業表彰」の滋賀労働局長優良賞を御社が受賞されたのも、積極的な取り組みの結果と伺っています。女性の力を生かすことに熱心で、子育てサポート企業認定の「くるみんマーク」も取得されていますね。

草野■当社ではブランドグループはもちろん、営業職や生産管理職においても女性が活躍しています。その人を欠いては仕事が進まない職場も多く、いかに長く勤続してもらえぬかに心を砕いています。女性にとつて結婚・出産は大きな転機です。産休・育休をきちんと取ってもらったうえで元の仕事にスムーズに復帰してもらうには、会社としてどんなことを整備すればいいか。そういった課題を女性の目線から考える「女性力活性化委員会」を09年に設け、彼女たちの提言に基

生産設備を安全に運び、現場で精度を作り上げる。 豊富な設備力と輸送力、工事力が企業を支える。

近畿圏トップクラスの設備力が強みを発揮する

中山運輸機工本社前の車両ヤードの光景は壮観だ。台車部だけで32輪ものタイヤを装備した8軸台車を筆頭に巨大なトレーラーがずらりと並ぶ。いずれも、嵩が高く重い大型機械を運べるように台車部を低めに設計した低床タイプだ。

重機に目を転じると、大型レッカーやフォークリフトがひしめく中で、近畿圏最大の保有数を誇るスーパーリフターが目を奪う。伸縮可能な門型ブームで重量物を吊り上げる油圧式の揚重機械だ。創業者である中山豊治郎氏の提案により重機メーカーとの共同開発が実現したこのリフターは、コンパクトに分解して現場へ持ち込めるという強みがあり、クレーンを使えないような場所でも大きな力を発揮する。

「重機・車両共にこれほど豊富な車種と台数を有する事業者となると、県内では当社のみ。近畿圏内でも珍しい存在だろう」と、中末田里志社長は胸を張る。同社の主力事業は機械据え付

け工事、とりわけ多く扱うのが自動車部品や車体の成型加工等に使われるプレス機だ。メーカーから販売先への運搬はもちろん、据え付け工事や試運転、調整やメンテナンスなどのアフターフォローまで、同社が一貫して手掛けている。

自動車関連のサプライヤーに大型プレス機などを搬入し設置

このような業態であるため、大手自動車メーカーのサプライヤーが集まる愛知県周辺や大阪へトレーラーを走らせることが多い。大分県中津市に支社を構えているのも、自動車メーカーの工場や自動車関連サプライヤーが集積しているからだ。

「創業者がトラック1台で設立したのが1977年。当初から運搬から据え付けまでの一貫サービスを目指し、高性能な重機を次々に導入することで、近畿圏トップクラスの設備力を実現できた。重機をレンタルする必要があるため、競合入札でも他社より有利な金額を提示できる。また、特殊な設備を保有している点を買われて仕事を依頼されることもある」と中末田社長。



新型「60トン走行リフター」。コンパクトにたたんで15トントラックで運搬できる

従来よりもコストを抑えることができるうえ、狭い場所や埋め立て地など足場が不安定な場所での作業を自在にする、新兵器だ。

メーカーへ社員を派遣し、機器に精通した人材を育成

しかし、設備力だけが同社の強みではない。全日本トラック協会の定期的な適性検査をクリアし、徹底した安全教育を受けた「輸送部」ドライバールの高度な運転技術とプロ意識。据え付けだけでなく、稼働後の生産性に関わる機械の精度まで作り込む「工事部」スタッフの経験と技術。これらこそ、国内を代表するメーカーから信頼される理由に違いない。



ガスタンクなどの大型輸送を担う「8軸台車」

小さな建物ほどの大きさの1千トンプレス機の据え付け工事では、7人がかりで半月を費やす。プレス機を分割して搬入し、5日かけて粗組みした後、デッキ等の組み付けをして仕上げていく。この作業で特に重要となるポイントは、プレス機の構造にスタッフがいかに精通しているかだ。工事の経験の豊富さが求められるうえ、次々と登場する最新モデルにも対応していかなければならない。さらにメーカーの海外進出に伴い、現場で監督をできるような人材がメーカー内で不足するという問題も発生している。そこで同社は、メーカーの工場へスタッフを派遣して製作に加わらせることで、プレス機の構造に精通し、新しいモデルにも即座に対応できる人材の育成に



「スーパーリフター」による1万2千トンプレス材の据え付け工事

設備導入に関しては、現在も熱心に取り組んでいる。その一例が、遠隔操作を可能にした新型「60トン走行リフター」だ。ディーゼルエンジンを搭載しているため、電源設備やレールは不要。

乗り出した。「現在、据え付け工事の現場監督はメーカーの管理者が行っているが、その役割を当社スタッフが担えるようになるだろう。依頼主の負担を軽減し、質の高い工事を実現することが可能だ」と中末田社長。

現場の事故を根絶するため意識を高め、研修を重ねる

重量物を扱うだけに、安全への配慮にも最大限の注意を払っている。「私たちの仕事で技術力を求められるのは当然のこと。技術力が高くて、事故が発生すればたちまち信用を失う。安全対策を何重にも施し、事故を起こさない態勢づくりと社員の意識向上の徹底が重要だ」と、中末田社長は語る。全てのスタッフが工事の全体を把握するために、毎朝工事の工程を全員で打ち合わせるほか、部門ごとの安全会議や実際の事故事例を学ぶ危険予知ミーティングなどの研修を日常的に実施している。このような研修の継続により、作業員の転倒など事故の根絶に取り組み姿勢も、依頼主から高く評価されている。一方、自動車生産業界ではグローバル化に伴い、工場の海外移転が増えている。海外拠点を持たない同社は生産設備を港へと運ぶ役割も担っているが、今後は新たな展開を迫られるだろう。

「昨今では、アジア等海外での据え付け工事や、医療機器や航空機など付加価値の高い分野からの依頼も入ってきている。こういった事業の実績をさらに積み、強みを生かせる分野を拡大していきたい」と中末田社長は夢を語る。

Voice 代表取締役社長 中末田 里志氏

生産設備の運輸・据え付け工事を通じて、多様なものづくりを支えます。

プレス機や半導体生産設備等で蓄えた経験を生かし、

医療機器や航空機分野への展開にも着手。

優れた設備力と技術力で新しい分野にも挑みます。



Profile

中山運輸機工株式会社

<http://www.nakayamaunyukiko.co.jp/>



- 本社/天津市石居1-7-17
- 設立/1977年
- 資本金/4,800万円
- 従業員数/80名
- 事業内容/機械器具設置工事、一般貨物自動車運送

板金加工から組立・品質管理まで一貫でこなし エレベーターの重要部材の「質」を造り込む。

板金加工の一貫生産ができる

技術と設備を備える

エレベーターのかご（人が乗る箱）はガイドレールに沿って昇降する。列車がレール上を走ると似た構造だ。長谷金属が数多く製作しているレールブラケットは、このガイドレールを建築躯体に固定するための金属部材。厚さ6mmや9mmの鋼板を「I」字に曲げて造る。安全な昇降の基盤を支える部材だ。

愛荘町にある長谷金属の工場には、レーザー加工機やターレットパンチングプレス（タレパン）、プレスブレーキ等の加工設備が設置されている。鋼板を抜き打ち加工する、曲げる、切断する、穴を開ける。板金加工で求められる技のすべてをこなせるほどの充実ぶりだ。

主要納入先は大手エレベーターメーカーA社。前述のレールブラケットのほかエレベーターの点検台やスイッチ類を収めるボックスなど「A社が必要とする板金加工で造れるものの7割」を任せられ、約2千アイテムを納入。板金分野のA社向けサプライヤーとしては間違いなくトップランクだ。

「当社の強みは一貫生産。抜いて曲げるだけでなく、溶接や塗装も行い、ボルト、ナットや電気配線などを組み込んだ組立や最終検査までこなす」。

付加価値ある製品づくりを目指し
試行錯誤を重ねる

こんな長谷佳幸社長のお話から、長い期間をかけて設備を充実させ、加工技術を蓄積してきたのだろうと想像した。ところがさらにお聞きすると「実は板金加工を始めたのは2006年頃から。それまでは父（長谷正義先代社長）の代から引き継いだ鋼材問屋だった」とのこと。

1964年に創業した長谷金属は「町工場等のユーザーに近い二次問屋」として成長。長谷社長が80年に家業を継ぎ、第二次オイルショック等の荒波にもまれながらも、東大阪で鋼材卸を営み続けた。「鉄鋼関連の業界が冷え切っていた時代で、ただ卸だけでは未来がないと考え、100坪の工場に先進のシャーリングマシンを設置し、注文の幅に切つて提供する加工を充実させた。でも、鋼材卸は、キロなんぼの世界。切断加工の手間

指定の形に抜き打ち加工したら買う』とのオーダーをいただいた」。

その注文を満たすため即座にタレパンを購入したが、機械操作や加工に関する知識はゼロ。「でも、これをこなせば長谷金属は生まれ変わる」。なぜかそんな気がして無我夢中で挑んだという。抜き加工をクリアすると、次は「曲げて欲しい」と求められた。長谷社長は今度も迷わず設備を整えた。A社と何度もやり取りを続けるうちに、確実に板金加工の技術力を身に付けていった。「設備も技術もなかった当社に、A社はなぜ次々と新たな課題を与えてくださったのか。いま考えると、当社の挑戦する熱意が伝わり、将来信頼できる加工業者へ育てようとの思いが



大型設備が並ぶ板金加工工場



組立・検査のようすと組立部品



塗装後のレールブラケット類

組立後のエレベーター点検台

賃も取れない状況が続き、先が見えなかった」。転機が訪れたのは93年。親しかった商社が滋賀県にコイルセンターを構え、「共に販路を拓こう」と長谷社長に相談。それに応じて長谷金属

※コイルセンター／鉄鋼メーカー製のロール状コイルを板状に伸ばしたり小コイルに分割したりする加工センター

あつたのでは。ご縁というほかない」。

鋼材卸から板金加工業へ。つまり「自ら付加価値を生み出せる業態」への転換の階段を長谷金属が一歩ずつ昇り始めた07年、劇的な事件が起こった。A社が長谷金属を含む数社に発注して製作させたレールブラケットの大半に、鋼材の強度不足が発覚。原因の大半は、A社指定の高張力鋼とは異なる類似品を使用したことだった。しかし長谷金属だけは指定された規格品を確実に使っていたのだ。

材料の品質が問われる時代に
昔からの蓄積が強みになった

「鋼材問屋だった当社にとって、指定された鋼材を間違いない仕入れるのは当たり前のこと。鉄鋼メーカーと契約し、材質を確実に保証提供する体制ができていた」。これを機に同社へのレールブラケット発注量が増加。鋼材のトレイサビリティに目を光らせるようになったA社の要求品質に確実に応えることで、より一層の信頼関係を築いている。まさに、昔から蓄積してきたものが新たな強みになった形だ。いまではA社から品質検査の代行を任せられるほどに。3年間、毎月合同で品質会議を開き、一緒になって品質管理基準を作り込んだ成果である。

今後はさらに高精度な機械加工へ挑む構えだ。「炭素繊維コンポジットの切削加工も勉強中。将来を見据え、鉄の代替部品として準備しておけば、いつでも顧客へ提案できる」。長谷社長の付加価値を高める挑戦は、まだまだ続く。

Voice 代表取締役社長 長谷 佳幸氏

おかげさまで、今年7月に創立50周年を迎えます。

板金加工全般に加え、溶接・塗装・組立・機械加工、最終検査まで一貫生産。

さらに、長く鋼材を扱った経験から、材料の組成・強度等の管理も万全です。

2000年に取得したISO9001の管理手法を生かして、幅広いニーズにお応えします。

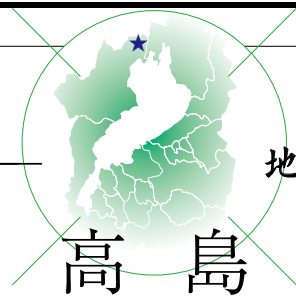
Profile 長谷金属株式会社



- 本社/愛知郡愛荘町島川115
- 設立/1964年
- 資本金/1,000万円
- 従業員数/33名
- 事業内容/鋼板の切断加工製品の製造、板金加工製品及び溶接製品の製造、機械加工製品の製造、一般鋼材及び合金鋼材の仕入れ及び卸売り販売

地域が変わる――

地域活性化の現場



◎国境炭焼きオヤジの会

「活力を取り戻したい」住民の熱い思いが、夢の炭を復活 滋賀・福井県境の集落に新しい息吹をもたらす。



完成を間近に控えた炭焼き窯。原料の木を並べた後、天井部分を土で覆って炭を焼く

若い世代の流出が続くマキノ町の野口地区で、住民が結成した「^{くにざかい}国境炭焼きオヤジの会」。半世紀以上途絶えていた炭焼きを復活させ、良質なオリジナルブランドの炭「^{むーたん}夢炭」の開発を果たした。この炭が今、さまざまな変化を地域に起こし始めている。60歳以上の住民が取り組んだまちおこしをレポートする。

高島市の補助金が 炭焼き復興を後押しした

国道161号線に沿って民家が点在する高島市マキノ町野口地区は、福井県敦賀市に隣接する文字通り「国境」の集落。35世帯74名からなる集落の住民のうち高齢者が60%を占める、いわゆる「限界集落」だ。この集落の有志が集まって結成した「国境炭焼きオヤジの会」の取り組みが、今県内外から注目を集めている。

その原動力となっているのが、地元の木を使った炭「夢炭」だ。1950年代まで地域で営まれていた炭焼きを復興し、地域ブランド化に成功。「火持ちが良く、煙も少ない良質な炭」として人気を呼んでいる。半世紀もの空白を隔ててどのように炭焼きを復興したのか。

「2010年に、高島市から『水源の郷活性化事業補助金』助成の提案を受けて、地域を活性化させたいと考える有志が集まったことがきっかけです。地域の魅力や資源を生かした事業を立ち上げら

れないかと考え、姿を消してしまった炭焼きに着目しました。この地域は良質な炭になるクヌギやコナラが豊富ですが、炭を焼かなくなったために山の木を間伐することがなくなりました。かつては成長した木を伐ることで新しい芽が出るのを促していたのですが、50年以上放置された結果、多くの木が朽ちて弱くなり、^{*}ナラ枯れ等の病気も発生しました。この状況を打開し、森林と人が共生する営みを取り戻したいと考えたのです」と語るのは、同会会長の古本勇義さん。

しかし、炭焼きの復興は容易ではなかった。最盛期には住民の9割が炭焼きに従事していたこともあり、作業を見たことがある住民は多かったが、実際に炭を焼いた経験のある住民はわずかだった。「私も中学卒業後、父の炭焼きを手伝ったことはありましたが、何十年も前のことです。全てを詳細に覚えているわけではありません。そこで、住民の知恵や記憶を集めるとともに、近くで炭焼きの復興に取り組んでいた方に

再び動き始めた窯が 地域に火をともした

こうして同会が設立され、山に残されていた窯跡を利用して窯の再現が行われた。住民が力を合わせ、半月をかけて復興した窯で作り上げた炭の出来ばえは上々だった。「この炭を通して、地区の人々が元気で暮らしていけるように」という夢を託して「夢炭」と命名。道の駅「マキノ追坂峠」やマキノ高原のキャンプ場で販売するとたちまち評判になった。現在、「夢炭」は5kgで1,200円、10kgは2,200円で販売しているほか、東近江市の燃料店が質の高さに惚れ込み、オンラインショップの販売で全国に販路を広げている。

「1回で焼ける炭は多ければ550kgほど。1年のうち、春から秋にかけて7～10回は行いますが、毎年ほぼ完売しています。収益は炭焼きに関わった会員

へ分配しますが、多額ではありません。それでも、お金に換えられない働きがいや生きがいを得ることができ、地域にも活気が生まれました」と古本さんはほほえむ。同会の設立からまもなく4年。地域の活性化を目指す思いは年々高まっている。会員数は約70名、当初の約3倍に増加し、今では半数が女性会員だという。

「夢炭」がもたらした さまざまな変化

集落の近くで道の駅「マキノ追坂峠」を運営する「一般社団法人めいどいんマキノ」も、活動を支援している。新商品として「夢炭」の炭粉や地元の湧水等を配合した「夢炭石けん」を同会と連携して開発し、石けんづくりの講師を招いて講習会を開いた。女性会員が手作りするこの石けんは、製品になるまで1カ月を要する。1個980円と、石けんとしては高めの価格だが、ニキビやアトピーに効果を発揮するとの評判が広まり、リピーターが増え続けている。

さらに道の駅では、女性会員により「夢炭」で焼いた餅の販売も行われている。開催期間は春と秋の土日限定されているが、地元の滋賀羽二重餅米を使用していることもあり、好評を博



「夢炭」で焼いた餅の販売

しているという。「道の駅を訪れる人に地域との交流を経験して、炭火で焼いた餅のおいしさを知ってほしいという思いから、この販売を始めました。最近では高島市内のボランティアの働きかけにより、うつ病などにより家にひきこもりがちの方も販売に加わるようになりました。そのような方々が販売やお客さまとの交流を通して明るくなっていく姿に、私たちも元気をもらっています」と古本さん。

市外・県外や若い世代へ 会の未来を広めたい

同会の活動の反響は、古本さんたちの期待を超えるほど周囲へ広がっている。会員の多くは地区の住民だが、大津や京都など市外・県外からの参加者も徐々に増えてきた。また、会の認知度が高まるにつれて、地元の小学校や「高島森林体験学校」からの体験学習の申し込み回数は増え続けている。「会の取り組みが広まって、若い世代にも私たちの挑戦に関心を持ってもらいたいと考えています。今後の目標は、若い会員を増やすこと。今、『夢炭』の原料には市内の公共事業等によって切り出された立木を積極的に活用しています。しかし若い世代が増えれば、山の本の活用もより進められますし、炭焼き技術を次世代へ伝えていくことも可能になります」。会の将来を見据え、古本さんは抱負を語る。



集落に新たな力を与えた「夢炭」



「夢炭石けん」の製作風景

※ナラ枯れ／カシノガキイムシ(カシナガ)が媒介するナラ菌により、ミズナラ等が集団的に枯損する現象

※「夢炭」「夢炭石けん」の文中記載価格は全て同会の直販価格です。オンラインショップ等での販売価格とは異なります

ネクスト・チャイナ ～超大国インドの投資環境～

texted by 滋賀銀行 パンコク駐在員事務所 河村 正弘



“国”と言うより“大陸”である。国土面積が日本の約9倍、人口は約12億人、2028年には中国を追い抜き人口世界一になると予想されている超大国インド。多様な民族、言語、宗教によって構成され、州境を越えと異なる文化が形成されている。「ネクスト・チャイナ」として注目されるインドの今をレポートする。

広軌のインド鉄道

インドは鉄道大国でもあり、総延長距離は6万4千kmを超え世界4位。その歴史は古く、英国植民地時代の1853年にアジアで初となる鉄道がボンベイ（現ムンバイ）と郊外を結ぶ区間で開通した。その後も広大な国土を結ぶ重要なインフラとして全土に整備されたが、特筆すべきはその軌間（ゲージ）、すなわちレールの幅である。軌間は一般的に、広い方が安定性は増す反面、建設コストが高いと言われているが、インドの鉄道は、世界標準の1,435mmに対し、1,676mmと広軌である。料金はデリー～コルカタ間（約1,300km）で約4千円、高速鉄道はなく16時間から20時間ほどかかるが、エアコン付寝台では食事が3回出る。飛行機は同区間で約2万円と運賃が高く、依然として鉄

道が国民の重要な移動手段となっている。しかし、土地が民有化されているため用地取得の難しさが障害となり路線拡張が進んでいない。また低料金に抑えられているため生産性が低く、施設も老朽化している。この鉄道総延長アジア1位の座をインドから奪ったのが中国である。1949年の中華人民共和国設立当時は約2万1千kmであったが、国の指導で建設が急速に進められ、2013年には10万kmを超えて世界2位、さらに高速鉄道は1万1千kmで世界1位となった。

20年遅れのインド

中国は79年の改革開放政策への転換をきっかけとして、外資優遇と投資環境整備を展開し、外資主導による工業化と経済成長を遂げインフラの整備も加速させた。一方、インドで製造業の外資に対する大幅

な規制緩和が行われたのは2000年であり、中国からおよそ20年遅れとなっている。GDPに占める製造業比率は中国が40%台後半であるのに対し、インドは16%しかない。農業の分野で機械化などの生産性向上が進まず大きく後れを取っており、コメの1ヘクタール当たりの収穫量は中国の約半分と、80年代の中国と同水準である。総人口の60%以上、約8億人が農村部に暮らしており、貧困問題は依然として解決されていない。

日系企業の進出も複雑な税制やインフラ



道路整備もこれから（コルカタ市内）

未整備により拡大せず、2013年時点で中国の日系企業進出社数2万3千社超に対し、インドは1,072社である。インドの厳しい投資環境のため、進出企業に占める中小企業の割合は15%にとどまっており、さらに人的な交流はさまざまな指標でも日印間の日中間の20分の1程度である（図1）。両国の大きな違いは「インドでは、中小企業が製造拠点として進出した中国での経験を生かせない」という大手商社駐在員の言葉に表れている。

デリーメトロ



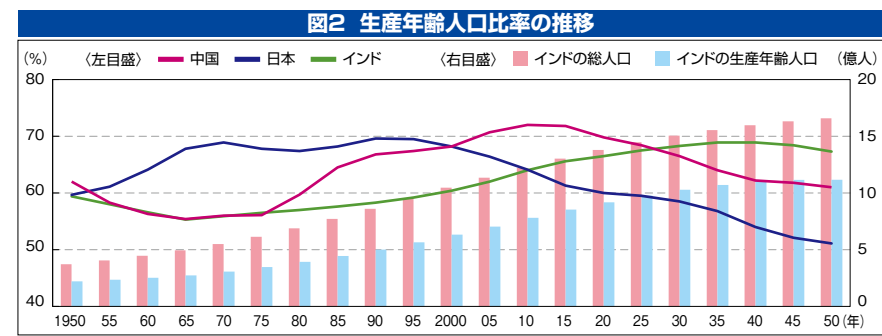
整列して電車を待つのは日本と同じ（デリーメトロ）

首都デリーは、91年に約940万人であった人口が現在は約1,700万人まで急増している。この拡大する大都市を支える交通インフラが、日本の円借款と日系企業の技術支援によって02年に開通した「デリーメトロ」である。毎日250万人が利用する市民の足として定着しており、深刻化する交通渋滞緩和に貢献している。

総事業費の半分以上が円借款によって賄われ、日系企業の参画により安全と納

図1 日・印・日・中比較			
	日・印間	日・中間	割合
日本人訪問者数	22万人	352万人	1:16
訪日外客数	7万人	143万人	1:20
在留邦人数	7,132人	150,399人	1:21
直行航空便数	26便/週	668便/週	1:25
貿易総額	1兆4千億円	26兆6千億円	1:19

資料：外務省資料（2012年データ）



期を大切にする建設現場や高度な運行システムがインドに移転されたと国民から高い評価を得ている。現在、16年の完成をめどに拡張工事を進めているが、これまでと同様に日本が資金面、技術面で深く関与しており、鉄道大国インドにおける日印協力の成功事例である。

日本が円借款を最初に供与した国はインドであり、その後も継続的に資金供与を行っている。インドにとって日本が最大の支援国ということもあり、インドは強い親日感情を持つ国だといわれている。

「国家製造業政策」

2011年、ようやくインド政府は「国家製造業政策」を発表した。GDPに占める製造業の割合を16%から25%に引き上げる目標を設定し、基本方針として外国企業の積極誘致を掲げた。工業団地の開発整備が進み、デリー近郊やチェンナイでは日系企業向けの工業団地も増えてきた。12年発表の「国家電子産業政策」では電子機器メーカーの投資に対し、投資額の一定割合の補助金を交付するなど投資優遇の整備にも着手した。インドの製造業誘致の目的は、人口増加と農村部の貧困問題に対する雇用対策、そして国内市場の活性化である。

中国では経済発展により賃金が上昇。さらに少子高齢化が進み生産年齢人口（15歳以上、65歳未満）が減少に転じ（図2）、市場縮小も懸念されている。これに対しインドは、安定した人口構造により豊富な労働力と国内市場の拡大が見込まれている。日系製造業の次なる投資国「ネクスト・チャイナ」としてますます注目されるだろう。

「単独二孩」

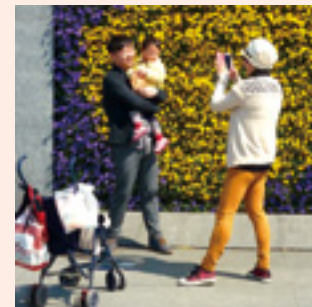
上海市では3月1日、夫婦のいずれかが一人っ子で上海戸籍者であれば2人目の出産が認められる「単独二孩」の政策が実施された。これまでも夫婦ともに一人っ子であれば2人目の出産が認められていたが、今回の改正で、どちらか一方が一人っ子であればよいことになった。今年に入り、浙江省・江西省・安徽省・天津市・北京市でも実施されている。

中国の「一人っ子政策」は1979年に人口抑制のために導入され、以来、35年で4億人近い抑制効果があったといわれている。一方で、高齢化社会、生産年齢人口（15歳以上、65歳未満）の減少といった不均衡な人口構造をもたらした。国連によると、総人口に占める65歳以上の人口比率は、2001年に7%を超え、26年には「高齢社会」となる14%を超えると推測している。また、生産年齢人口はすでに12年から減少しており、将来的な労働力不足や賃金高騰が懸念される。社会保障負担の増大や労働力の減少は経済成長や社会発展を減速させかねないとして、一人っ子政策緩和に動き出した。

これに対して、国民の反応は意外にも冷静。上海市では、新政策によって2人目の子供を持つ資格を得た家庭は40万世帯を超えるが、1,200世帯を対象にした調査によると70%が「2人目は考えていない」と回答。その主な原因は「養育費」である。上海市の大卒初任給平均3,869元（約6万4千円）に対し、1人の子供の大学卒業までにかかる費用は100～200万元。高額な教育費や生活費、習い事の費用が家計に重くのしかかる現実、多くの人が2人目の出産をためらっているようだ。

一人っ子政策が緩和されても、すぐには子供の数は増えないと考えられるが、家族計画を自由に行える「選択制」になったことは意義深い。人口増加によって豊かになるのが先か、高齢化に直面するのが先か、今後の動きに注目していきたい。

（しがさんアジア月報4月号より 上海研修生 大羽 千尋）



引き続き緩やかに回復



県内景気の動向

現状 需要面の一部で消費税増税前の駆け込み需要の反動減という動きはみられるものの、製造業の生産活動が引き続き堅調に推移し、他のほとんどの需要面で駆け込み購入などが続いているため、全体的には引き続き緩やかに回復していると考えられる。

詳しくみると、県内製造業の生産活動の現状を鉱工業生産指数でみると、窯業・土石が低水準で、はん用・生産用・業務用機械などが低下したものの、金属製品や電気機械、輸送機械、化学などが高水準かつ上昇したため、原指数、季節調整済指数ともに4か月連続のプラスとなっている。

需要面では、大型店売上高がほとんどの品目で前年を上回ったため、全店ベースで4か月連続のプラスとなっていることに加え、既存店ベースでも5か月ぶりのプラスとなった。また、乗用車新車登録台数は増税前の駆け込み購入が続き、6か月連続の大幅プラス、軽乗用車も7か月連続かつ大幅のプラスとなっている。さらに、民間非居住用建築着工床面積でみた民間設備投資は3業用計で2か月ぶりの大幅プラス、公共工事の請負金額も2か月連続の大幅プラスとなった。一方、新設住宅着工戸数は上記の駆け込みによる着工がなくなってきたため、持家は2か月連続、貸家は3か月ぶり、分譲住宅も2か月ぶりのそれぞれマイナスとなり、全体では昨年8月以来6か月ぶりに前年を大きく下回った。このような状況下、雇用情勢をみると、常用雇用指数が3か月連続のプラスとなるなど、改善傾向

がみられる。

また、2～3月に実施した県内企業動向調査によると、自社の業況判断DIは前回(13年10～12月期)の+1から大幅な改善(18ポイント上昇)の+19となり、7年ぶりのプラスとなった前期に続き、5四半期連続の上昇となった。消費税率の引き上げを見越した駆け込み購入の発生などにより売上が増加し、全業種で景況感大幅に改善した。

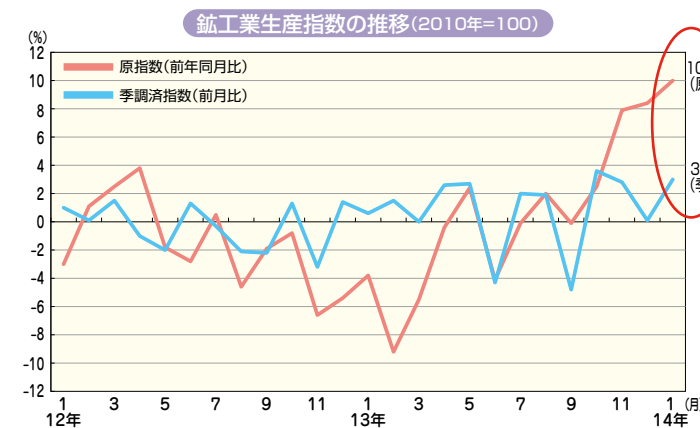
今後の動向 生産活動面では再び回復に向かうものの、消費税増税後の反動減などの需要面での弱さから、全体的に弱含みの状態になると思われる。

詳しくみると、県内製造業の生産活動は、消費税増税後の反動減に伴う生産調整や中国をはじめとする新興国景気の減速懸念による減産などから、一時的に伸び悩むものと考えられるが、その後、回復基調にある国内需要や堅調な米国景気の動きを受け、再び回復に向かうものと思われる。

需要面では、消費税増税後の個人消費については、家計収入の増加が注目されるものの、増税後の反動減や物価、光熱費の上昇、消費税増税といったマイナス要因から節約志向は根強く、全体に伸び悩むものとみられる。さらに、民間設備や新設住宅着工などの投資関連需要についても、資材価格や労務費の一層の高騰懸念から前倒し発注や着工の動きがみられるものの、力強さはなく徐々に減少していくものと考えられる。

「鉱工業生産指数」は、原指数、季節調整済指数ともに4か月連続のプラス

2014年1月の県内製造業の生産状況は、鉱工業生産指数(2010年=100)の「原指数」が94.5、前年同月比+10.0%、「季節調整済指数」も107.5、前月比+3.0%で、ともに4か月連続のプラスとなっている。また、鉱工業全体の季節調整済指数の3か月移動平均値(2013年12月)は105.4、前月比+1.9%で、4か月連続のプラスとなっている。業種別(中分類)に季節調整済指数の水準をみると、「窯業・土石」などは低いものの、「金属製品」や「電気機械」「輸送機械」「化学」「その他」などは高水準となっている。また、前月に比べると、「はん用・生産用・業務用機械」や「その他」は低下したが、「金属製品」や「電気機械」「化学」などは大きく上昇した。



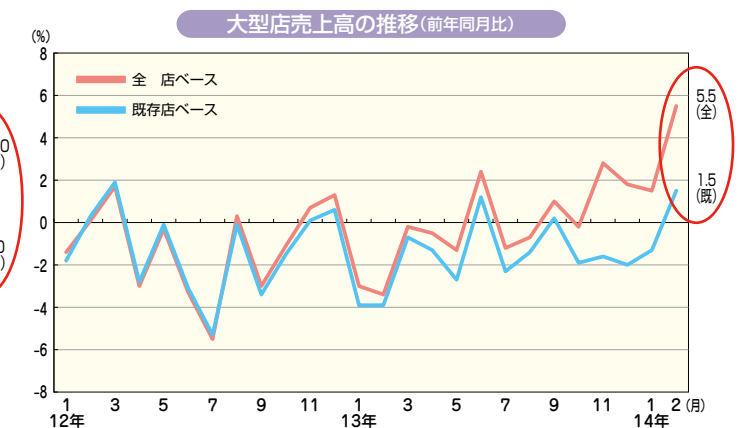
既存店ベースの「大型店売上高」は、5か月ぶりのプラス

2月の「消費者物価指数(生鮮食品を除く総合/大津市/2010年=100)」は100.0、前年同月比+1.3%、前月比+0.1%となり、前年比では10か月連続かつ大幅のプラスとなり、前月比でも4か月ぶりのプラスとなった。これは、エネルギー(電気代、ガス、灯油、ガソリン)が前年比で大幅上昇となり、前月比でもプラスとなっている(前年同月比+8.7%、前月比+0.3%)ことに加え、教養娯楽用耐久財や家庭用耐久財などが大幅に上昇しているためとみられる。なお、食料(酒類を除く)及びエネルギーを除く総合(いわゆる「コアコア指数」)でも前年同月比+0.9%、前月比+0.3%となり、今後の動向が注目される。「可処分所得(同)」は5か月連続かつ大幅のプラスとなり(前年同月比+22.0%)、「家計消費支出(同)」は2か月ぶりのプラスとなった(同+10.9%)。なお、「毎月勤労統計調査」における2013年12月の「名目現金給与総額(事業所規模30人以上、2010年=100)」は181.8、同+2.8%で、4か月ぶりのプラスとなった。

このような所得・消費環境のなか、さらに、2月の「既存店ベース(=店舗調整後)」の売上高は「衣料品」が8か月連続のマイナスとなっているものの減少幅は縮小し(同-0.2%)、「飲食品」は9か

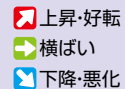
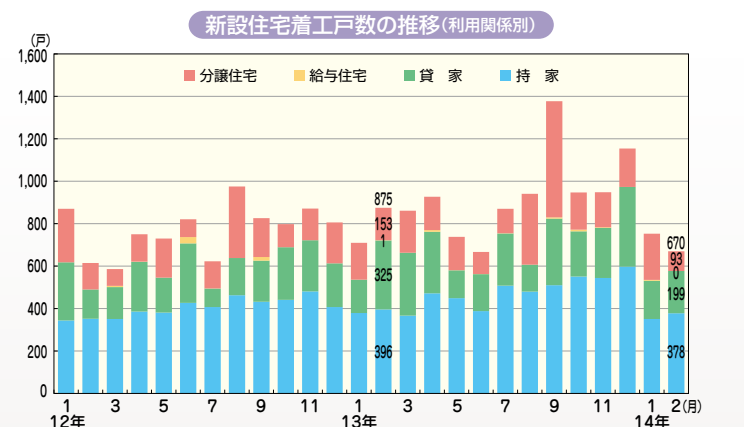
月連続(同+1.2%)、「家具」は4か月連続(同+5.6%)のそれぞれプラス、「家電機器」(同+8.1%)、「家庭用品」(同+7.7%)、「身の回り品」(同+0.1%)もプラスに転じたため、全体では5か月ぶりのプラスとなった(同+1.5%)。

2月の「乗用車新車登録台数(登録ナンバー別)」は、「普通乗用車(3ナンバー車)」が7か月連続かつ大幅のプラス(2,213台、前年同月比+31.6%)、「小型乗用車(5ナンバー車)」も微増となったため(1,599台、同+0.1%)、2車種合計では6か月連続の大幅プラスとなり、好調に推移している(3,812台、同+16.3%)。また、「軽乗用車」も7か月連続かつ大幅のプラスとなっている(3,095台、同+36.8%)。ともに消費税増税前の駆け込み購入が続いているためとみられる。



「新設住宅着工戸数」は、6か月ぶりのマイナス

2月の「新設住宅着工戸数」は670戸、前年同月比-23.4%で、昨年8月以来6か月ぶりのマイナスとなった。消費税増税前の駆け込みによる着工がなくなってきたためとみられる。利用関係別でみると、「持家」は378戸、同-4.5%(大津市62戸、彦根市43戸など)となり前月に続きマイナス、「貸家」は199戸、同-38.8%(栗東市48戸など)で3か月ぶりの大幅マイナス、「分譲住宅」も93戸、同-39.2%(大津市39戸など)で、2か月ぶりのマイナスとなった。内訳をみると、「一戸建て」は6か月ぶりのマイナス(93戸、前年差-12戸)、「分譲マンション」も申請はなかった(0戸、同-48戸)。なお、給与住宅は0戸。





滋賀県内企業動向調査(2014年1-3期)特別アンケート
～消費税率引き上げに伴う駆け込み購入と反動減の発生について～

駆け込み後の反動減発生へ 5割の企業見込む

Text by しがぎん経済文化センター 中村 雅臣

2014年4月1日から消費税率が8%に引き上げられた。前回(1997年)増税時には、増税前に商品・サービスの駆け込み購入がみられ、住宅、自動車などの耐久消費財、身の回り品の売上が増加した一方で、増税後にはその反動などにより長らく景気が低迷した。

そこで、今回の増税による県内企業への影響と、各企業の対策を調査するために、「滋賀県内企業動向調査(2014年1-3月期)」のなかで「特別アンケート」を実施した。

調査の概要

- 調査名:「滋賀県内企業動向調査」
- 調査対象:滋賀銀行の取引先企業
- 調査時期:2014年2月20日～3月14日
- 調査方法:郵送による配布、回収
- 調査対象先:952社
- 有効回答数:449社(有効回答率47%)
 - うち製造業: 203社(有効回答数の構成比 45%)
 - うち建設業: 75社(有効回答数の構成比 17%)
 - うち非製造業:171社(有効回答数の構成比 38%)

駆け込み購入は5割の企業で発生

消費税率引き上げに伴う駆け込み購入の発生についてたずねたところ(図表1)、「発生する」「発生している」(34.5%)と「今後発生する見込みがある」(13.4%)の合計」と答えた企業の割合は47.9%で、半数近くのにぼった。業種別にみると、**建設業**が53.3%で他業種より高く、製造業は45.8%、非製造業は47.9%だった。

駆け込み購入の具体的な内容は、**製造業**では自動車関連、建築資材、家電製品関連、産業向け機械の受注増加など、**建設**

業では新築戸建て住宅、住宅改修、工場などの施設整備、**非製造業**では自動車や関連商品・サービスの販売、調味料のまとめ買い、自動車関連・建築資材関係の増産に伴う輸送などがみられた。

駆け込み購入の発生による前年と比べた売上の増加率は、「ほとんど変わらない」が32.7%でトップだったものの、「+10%」(31.3%)、「+20%」(17.5%)が続き、「+10%」以上の割合は計53.4%を占めた。また、「まだわからない」は13.8%だった。

駆け込み需要を取り込むための対策についての意見をまとめると、「営業活動の強化」が28.3%で最も多かった。次いで「増産、仕入強化による在庫確保」(24.2%)、「操業時間の延長、

人員確保」(22.2%)、「外注、下請先の確保」(13.1%)などが続いた。

幅広い業種に反動減

駆け込み購入発生後の反動減の発生についてたずねたところ(図表2)、「発生する」「発生している」(4.1%)と「今後発生する見込みである」(45.0%)の合計は49.1%で、こちらも約5割となった。業種別にみると、**製造業**が44.4%、**建設業**が56.0%、**非製造業**が51.5%だった。**建設業**は駆け込み購入が多い分、反動減についても他業種より影響のある企業が多くなるとみられる。

反動減の具体的な内容を見ると、住宅や自動車関連、日用品など、幅広い業種での売上減少についての意見がみられた。また、駆け込みのあった商品の品薄状態の解消による相場下落や増税分の売上単価の減少など、商品やサービス単価への影響もみられた。

反動減の発生時期は、「4～6月」が8割

反動減の発生時期は、増税直後の「4～6月」が79.8%で8割近くのにぼった。次の「7～9月」で28.5%、「10～12月」で9.6%、「平成27年以降」で7.5%となった。一方、今年「1～3月」が9.2%と、すでに1割近くの企業で反動減が発生していることも分かった(図表3)。

業種別にみると、**製造業**では特に「4～6月」が84.8%で8割を超えた。**建設業**、**非製造業**では「4～6月」が69.8%、79.6%で**製造業**より低いものの、次の「7～9月」がそれぞれ32.6%、32.3%で3割を超え、一部では長期的に影響が出る見通しを示した。

反動減により、1割の企業が▲30%以上の売上ダウン

反動減による前年と比べた売上の減少率は、「▲10%」(25.7%)がトップで、「▲20%」(19.7%)が続いた。減少率が「▲10%」以上の企業の割合(「▲10%」～「▲50%以上」の合計)は59.3%で、約6割にのぼった。またその中でも「▲30%」～「▲50%以上」の合計が13.9%となり、1割以上の企業で減少率は「▲30%」以上となる見込みである。一方で、「ほとんど変わらない」は、19.3%と約2割だった。(図表4)。

業種別にみると、**製造業**では、「▲10%」が33.0%で3分の1を占めた。「▲30%」以上の合計は7.3%で、他業種と比べて大幅な減少は少ないとみられる。**建設業**では「▲30%」以上の合計が2割を超えた(21.1%)。非製造業では「▲30%」以上が16.6%で、このうち「▲70%」以上が2.7%と、大幅に売上減少を見込む企業もみられた。

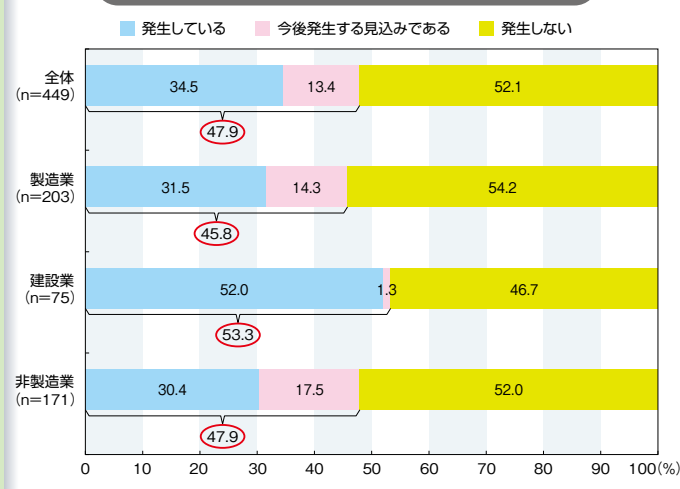
反動減への対策は、「新規取引先の開拓」を中心に営業活動の強化が4割

反動減への対策についての意見をまとめると、「営業活動の強化」が40.4%で引き続き最多となった。次いで「減産、在庫調整」(16.2%)、「残業の見直し、人員削減」(11.1%)、「コスト削減(人件費を除く)」(7.1%)などが続いた。また、「新商品、サービスの開発」(6.1%)や「営業活動の強化」のなかで具体的には、3割以上が「新規取引先の開拓」について言及するなど、従来からの転換を図る意見がみられた。

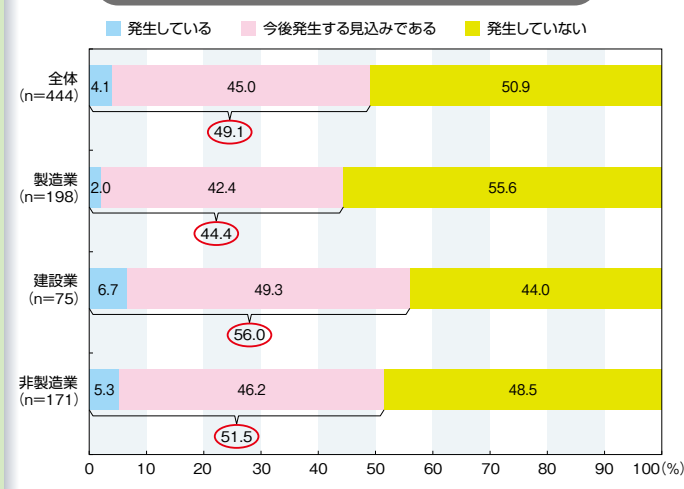
新商品やサービスを切り口に新規取引先を増やして売上減少を食い止めるとともに、更なるコスト削減により、需要の減退を乗り切ろうとする企業が少なくないようだ。

(本調査の結果の詳細については、当社ホームページ「滋賀ビジネスレポート」にて掲載予定。
http://www.keibun.co.jp/economy/business-report/)

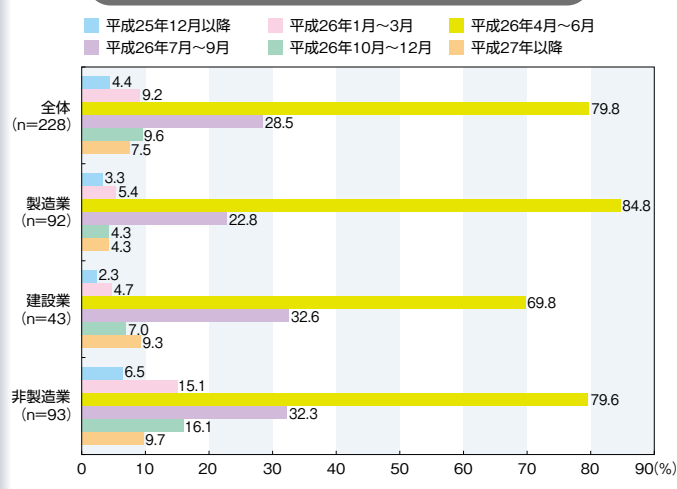
図表1 駆け込み購入の発生



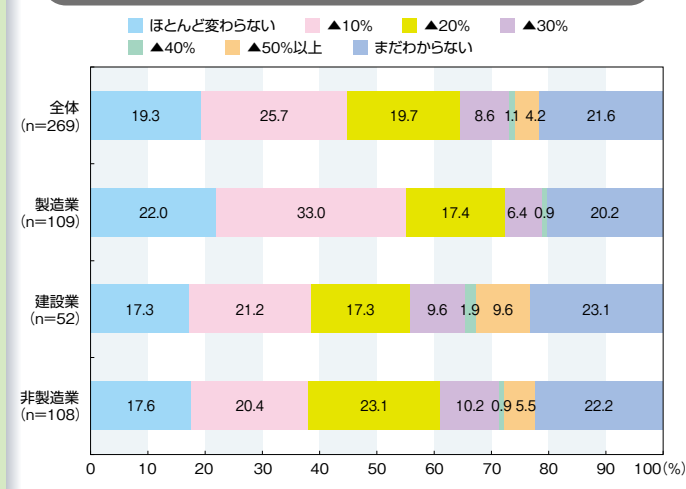
図表2 駆け込み終了後の反動減の発生



図表3 反動減の発生時期(複数回答)



図表4 反動減による売上の減少率(前年同月比)



項目 年 月	鉱工業指数(2010年=100)							消費者物価指数 (大津市、2010年=100) (生鮮食品を除く総合)			大津市勤労者世帯(農林漁家世帯を含む)				大型小売店販売額	
	生 産			出 荷		製品在庫					可処分所得		家計消費支出		店舗調整前	店舗調整後
	季調済指数	前月比	前年比	前月比	前年比	前月比	前年比	指数	前月比	前年比	円	前年比	円	前年比	前 年 比	前 年 比
2011年度(年)	102.7	—	2.7	—	1.8	—	17.3	※99.3	—	※▲0.7	※329,558	※▲13.8	※279,021	※▲5.7	※0.3	※▲1.4
2012年度(年)	101.1	—	▲1.6	—	1.5	—	▲4.0	※99.2	—	※▲0.1	※347,541	※5.5	※264,306	※▲5.3	※▲1.1	※▲1.3
2013年度(年)	100.9	—	▲0.2	—	0.7	—	▲1.1	※99.5	—	※0.3	※354,132	※1.9	※294,675	※11.5	※▲0.2	※▲1.7
2013. 2	99.2	1.5	▲9.2	0.0	▲8.2	▲1.8	▲6.5	98.7	0.0	▲0.4	288,151	▲10.9	261,290	14.9	▲3.4	▲3.9
3	99.2	0.0	▲5.5	3.0	▲3.8	0.0	▲7.8	98.8	0.1	▲0.4	277,311	▲4.9	296,606	5.5	▲0.2	▲0.7
4	101.8	2.6	▲0.4	1.4	1.0	3.3	▲5.1	99.0	0.2	▲0.7	342,382	26.3	335,473	15.8	▲0.5	▲1.3
5	103.4	1.6	2.4	▲0.2	0.5	2.4	▲4.2	99.6	0.5	0.1	276,206	17.9	289,239	13.3	▲1.3	▲2.7
6	99.0	▲4.3	▲4.1	▲2.5	▲3.5	0.7	▲4.2	99.6	0.0	0.4	419,547	▲22.9	281,302	22.6	2.4	1.2
7	101.0	2.0	▲0.1	0.1	0.5	▲0.2	▲3.8	99.7	0.1	0.6	478,131	14.0	323,167	18.3	▲1.2	▲2.3
8	102.9	1.9	2.0	▲2.0	▲3.5	1.6	▲0.7	100.0	0.3	0.8	319,249	▲6.0	241,047	▲4.2	▲0.7	▲1.4
9	98.0	▲4.8	▲0.1	▲4.6	▲2.9	0.8	0.6	100.0	0.0	0.5	287,579	▲6.9	267,035	0.5	1.0	0.2
10	101.5	3.6	2.5	5.3	2.2	▲0.4	0.6	100.2	0.2	0.9	307,180	2.3	280,607	▲2.7	▲0.2	▲1.9
11	104.3	2.8	7.9	4.6	6.9	▲1.3	0.2	100.1	▲0.1	1.0	357,470	22.5	335,020	29.7	2.8	▲1.6
12	104.4	0.1	8.4	1.1	8.8	▲3.1	▲1.1	100.0	▲0.1	1.2	625,193	10.3	305,413	0.7	1.8	▲2.0
2014. 1	P107.5	P3.0	P10.0	P0.7	P6.8	P▲2.5	P▲0.7	↑99.8	▲0.2	1.2	305,567	12.7	296,152	▲7.4	1.5	▲1.3
2								100.0	0.1	1.3	351,425	22.0	289,760	10.9	P5.5	P1.5
資料出所	滋賀県統計課							滋賀県統計課			総務省				経済産業省	

項目 年 月	鉱工業指数(2010年=100)※							消費者物価指数 (2010年=100) (生鮮食品を除く総合)			全国勤労者世帯(農林漁家世帯を含む)				大型小売店販売額	
	生 産			出 荷		製品在庫					可処分所得		家計消費支出		店舗調整前	店舗調整後
	季調済指数	前月比	前年比	前月比	前年比	前月比	前年比	指数	前月比	前年比	円	前年比	円	前年比	前 年 比	前 年 比
2011年度(年)	※97.2	—	※▲2.8	—	※▲3.7	—	※2.0	※99.8	—	※▲0.3	※420,500	※▲2.2	※308,826	※▲3.0	※▲0.9	※▲1.8
2012年度(年)	※97.8	—	※0.6	—	※1.2	—	※5.2	※99.7	—	※▲0.1	※425,005	※1.1	※313,874	※1.6	※▲0.0	※▲0.8
2013年度(年)	※97.0	—	※▲0.8	—	※▲0.6	—	※▲4.3	※100.1	—	※0.4	※426,132	※0.3	※319,170	※1.7	※0.6	※▲0.4
2013. 2	↑94.8	0.9	↑▲10.0	↑1.6	▲8.6	↑▲1.4	↑0.5	99.2	0.1	▲0.3	395,795	▲2.4	298,682	2.0	▲2.9	▲3.7
3	↑95.1	↑0.3	↑▲7.0	↑▲0.3	↑▲5.7	↑▲0.6	↑▲3.0	99.5	0.3	▲0.5	363,271	▲0.4	350,957	6.5	3.5	2.4
4	↑95.7	↑0.6	↑▲3.2	↑▲1.1	▲3.0	↑▲0.1	↑▲4.2	99.8	0.3	▲0.4	385,584	▲0.2	340,423	0.4	▲1.0	▲2.3
5	97.7	↑2.1	↑▲1.0	↑0.7	↑▲2.2	↑0.4	▲2.7	100.0	0.2	0.0	318,353	2.8	307,926	1.1	0.9	▲0.4
6	↑95.0	↑▲2.8	↑▲4.7	↑▲2.0	↑▲5.2	↑0.1	▲2.9	100.0	0.0	0.4	591,825	1.7	296,512	1.2	4.5	3.5
7	↑97.6	↑2.7	↑1.9	↑1.6	1.4	↑0.7	▲2.8	100.1	0.1	0.7	454,329	1.3	310,387	▲0.7	▲0.7	▲1.6
8	↑97.1	↑▲0.5	↑▲0.6	↑0.1	↑▲1.4	↑▲0.7	↑▲3.4	100.4	0.3	0.8	388,907	▲0.3	312,622	0.6	0.9	▲0.1
9	↑98.6	↑1.5	↑5.3	↑1.7	4.6	↑▲0.1	↑▲3.5	100.5	0.1	0.7	349,578	1.0	315,443	5.2	1.7	0.7
10	↑99.2	↑0.6	5.4	↑1.3	6.3	▲0.3	↑▲3.6	100.7	0.2	0.9	401,139	0.0	316,555	0.4	0.8	▲0.1
11	↑99.5	↑0.3	4.8	↑0.1	6.6	↑▲1.4	▲5.1	100.7	0.0	1.2	356,208	0.5	300,994	0.3	1.2	0.6
12	↑100.0	↑0.5	↑7.2	↑0.2	↑6.4	↑▲0.2	▲4.3	100.6	0.0	1.3	754,307	▲0.1	358,468	▲0.3	0.9	0.2
2014. 1	103.9	↑3.9	↑10.6	5.1	↑9.3	↑▲0.4	↑▲3.9	100.4	▲0.3	1.3	358,398	1.2	325,804	1.5	0.7	▲0.0
2	101.5	▲2.3	7.0	▲1.0	6.5	▲0.9	▲3.4	100.5	0.1	1.3	398,281	0.6	294,509	▲1.4	P2.4	P1.3
資料出所	経 済 産 業 省							総 務 省							経済産業省	

項目 年 月	乗用車新車登録台数 (軽を除く) (登録ナンバー別)		民間非居住用 建築物床面積 (3業用計)(注)③		新設住宅着工					公共工事請負金額		求人倍率 (含パート、季節調整)		雇 用 保 険 受給者実人員	
					合 計		持家	貸家	分譲			新規	有効		
	台	前年比	m	前年比	戸	前年比	前年比	前年比	前年比	百万円	前年比	倍	倍	人	前年比
2011年度(年)	※30,368	※▲18.6	※486,440	※19.4	※8,726	※▲9.9	※▲3.1	※▲17.9	※▲11.6	97,226	3.2	0.99	0.62	6,975	▲8.2
2012年度(年)	※38,450	※26.6	※544,001	※11.8	※9,271	※6.2	※0.7	※7.5	※19.5	94,176	▲3.1	1.08	0.68	7,395	6.0
2013年度(年)	※35,986	※▲6.4	※570,921	※4.9	※11,015	※18.8	※15.8	※20.6	※26.0	—	—	—	—	—	—
2013. 2	3,279	▲15.4	31,491	55.5	875	42.3	12.5	135.5	22.4	4,099	▲8.3	1.12	0.71	7,082	7.5
3	4,526	▲23.4	26,682	▲37.0	861	46.9	4.6	97.3	150.6	7,159	8.4	1.15	0.72	6,827	6.8
4	2,685	7.0	61,223	16.0	927	23.6	22.3	23.9	21.7	13,926	28.9	1.23	0.74	7,179	10.8
5	2,401	▲7.4	44,870	53.9	738	1.1	17.8	▲20.6	▲14.7	12,819	5.3	1.21	0.75	7,652	▲4.6
6	2,826	▲22.5	33,530	▲48.0	667	▲18.8	▲9.1	▲37.9	23.8	7,116	▲3.4	1.25	0.78	7,313	▲2.7
7	3,182	▲16.4	58,638	▲9.5	870	39.6	24.8	182.8	▲10.2	12,549	7.4	1.25	0.81	7,685	▲2.9
8	2,455	▲3.9	34,501	▲24.4	941	▲3.5	3.7	▲27.4	▲0.9	11,194	63.2	1.25	0.82	7,097	▲8.4
9	3,418	15.2	62,189	▲23.7	1,377	66.7	18.1	61.9	198.9	14,577	68.7	1.29	0.82	6,761	▲6.2
10	2,969	15.3	39,447	27.1	947	18.7	24.9	▲14.1	60.6	10,205	17.9	1.41	0.87	6,883	▲8.1
11	3,048	15.5	42,477	40.5	948	8.8	13.1	▲2.1	10.7	8,547	39.4	1.38	0.91	6,128	▲19.4
12	2,824	20.7	89,377	62.8	1,154	43.2	46.9	82.0	▲6.2	5,141	▲19.3	1.42	0.94	5,948	▲18.2
2014. 1	3,229	36.1	23,757	▲48.9	753	6.1	▲7.4	14.6	25.3	10,816	155.8	1.44	0.93	5,899	▲22.2
2	3,812	16.3	44,891	42.6	670	▲23.4	▲4.5	▲38.8	▲39.2	6,953	69.6	1.41	0.94	5,473	▲22.7
資料出所	(一社)自販連		国 土 交 通 省					西日本建設業保証(株)					滋賀労働局		

項目 年 月	乗用車新車登録台数 (軽を除く) (登録ナンバー別)		機 械 受注額	建設工事 受 注 額	民間非居住用 建築物床面積 (3業用計)(注)③		新設住宅着工					公共工事請負金額		求人倍率 (含パート、季節調)		完全失業率 (季節調)
	千台	前年比			前年比	前年比	千㎡	前年比	合 計		持家	貸家	分譲	億円	前年比	
			戸	前年比					前年比	前年比						前年比
2011年度(年)	※2,386	※▲18.5	6.2	3.7	※38,513	※5.5	※834,117	※2.6	※0.1	※▲4.1	※16.2	112,249	▲0.5	1.11	0.68	4.5
2012年度(年)	※3,015	※26.4	▲3.0	2.6	※39,745	※3.2	※882,797	※5.8	※2.0	※11.4	※5.2	123,820	10.3	1.32	0.82	4.3
2013年度(年)	※2,872	※▲4.7	—	—	※44,885	※12.9	※980,025	※11.0	※13.9	※11.8	※6.9	—	—	—	—	—
2013. 2	261	▲13.3	▲11.3	18.7	3,691	29.5	68,969	3.0	2.3	▲2.4	9.1	6,708	▲4.8	1.36	0.85	4.3
3	369	▲16.7	2.4	▲5.1	3,776	20.9	71,456	7.3	11.4	10.7	▲0.3	12,338	▲11.7	1.39	0.87	4.1
4	187	0.0	▲1.1	3.2	3,837	24.5	77,894	5.8	17.5	7.8	▲6.9	15,991	28.6	1.39	0.88	4.1
5	192	▲8.6	16.5	26.6	3,896	27.6	79,751	14.5	13.5	11.6	21.7	10,842	24.8	1.42	0.90	4.1
6	233	▲17.4	4.9	12.4	3,944	10.0	83,704	15.3	13.8	13.1	24.3	13,868	21.8	1.48	0.92	3.9
7	249	▲15.6	6.5	1.6	3,929	15.1	84,801	12.4	11.1	19.4	6.0	15,725	29.4	1.46	0.94	3.8
8	189	▲7.8	10.3	23.0	3,585	3.8	84,343	8.8	11.2	7.0	8.5	12,267	7.9	1.48	0.95	4.1
9	284	12.7	11.4	127.1	4,295	20.7	88,539	19.4	14.2	21.5	23.5	15,235	29.4	1.51	0.96	4.0
10	232	18.4	17.8	67.0	3,181	▲9.8	90,226	7.1	17.6	3.3	▲2.7	14,205	3.5	1.57	0.98	4.0
11	242	13.6	16.6	▲14.7	3,819	18.8	91,475	14.1	22.6	17.1	▲1.0	9,416	4.9	1.55	1.01	4.0
12	222	19.4	6.7	▲3.5	3,843	8.9	89,578	18.0	19.1	29.8	2.1	8,860	7.5	1.61	1.03	3.7
2014. 1	264	28.2	23.6	6.2	3,674	18.9	77,843	12.3	5.9	21.5	8.6	7,776	28.8	1.63	1.04	3.7
2	299	14.6	10.8	▲18.4	3,491	▲5.4	69,689	1.0	▲0.4	24.7	▲20.9	6,959	3.7	1.67	1.05	3.6
資料出所	(一社)自販連		内閣府		国 土 交 通 省							東日本建設業保証(株)		厚生労働省		総務省

着眼大局

滋賀銀行 常務取締役
今井 悦夫

5月の比良

10数年前までは時折、武奈ヶ岳(大津市)を目指してトレッキングをしていました。5月の山頂付近、咲き誇るシャクナゲの姿は壮大で、ブナの新緑ともマッチし、今でも強い印象が残っています。

シャクナゲは滋賀県の花に指定され、比良山系には至るところに群生しています。このシーズン、観賞目的で訪れる人も多くなります。

手元のガイド本でも、「比良のシャクナゲの美しさは、その背景のスケールの大きさが魅力で、比良の尾根を背にし、琵琶湖の水面に映えて、赤やピンクの花が風にそよぐ姿は、なんともいえない美しさです。湖の色が変化していくのに応じて、シャクナゲの花の色も刻々と変わっていくように見えます。」と紹介されており、確かに「スケールと変化」が魅力のポイントと実感します。

比良山系の頂上は大きく2カ所あり、「蓬莱山(びわ湖パレイ)」を目指すルートにはロープウェイがありますが、「武奈ヶ岳」を目指すルートのリフト、ロープウェイは、残念ながら10年前に廃止され、麓から歩くには相応の健脚が必要となります。

この時季になると、あの時のシャクナゲの群生と景観をまた見たいと思い起こします。

滋賀県では、豊かな文化、芸術、歴史、自然をもつ「滋賀」の魅力を「美の滋賀」づくりプロジェクトとして幅広い分野で発信されています。

まずは身近なところとして、滋賀にある多くの自然の美をできるだけ四季折々に楽しみたいと思っています。

県内データ
あれこれ

● 平成24年経済センサスー活動調査 製造業調査結果

1事業所当たりの製造品出荷額等のトップは「化学工業」

86億円で、全産業の平均21億円を大きく上回る

今回は、県内製造業の1事業所当たりの規模を比較するため、1事業所当たりの「製造品出荷額等」*を産業中分類別にみてみたい。

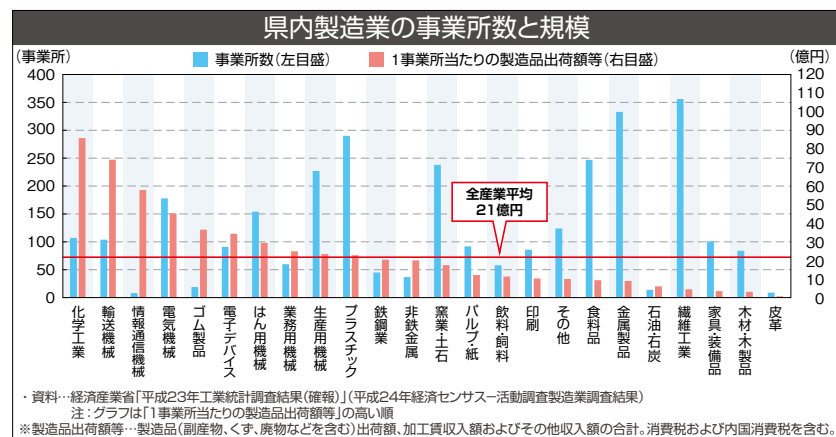
「平成24年経済センサス活動調査」によると、県内製造業の事業所数は3,062だった。製造品出荷額等の総額は6兆5,156億円で、「1事業所当たりの製造品出荷額等」の全産業での平均額は21億820万円となった。

産業別にみると、「化学工業」が85億7,828万円で、2年連続のトップ。事業所数は107で全24産業中10番目だが、甲賀市や日野町などに立地する「医薬品製剤製造業」の工場などが牽引し、平均を大きく上回ったとみられる。次いで「輸送機

械」の74億1,712万円、「情報通信機械」の57億8,793万円などが続いた。同じ産業区分で比較可能な平成20年から、以上

の3産業が4年連続で上位を占めている。一方で、「繊維工業」や「金属製品」、「食料品」などの事業所数の多い産業は小規模な事業所が多く、出荷額の平均額は低くなっているようだ。

((株)しがぎん経済文化センター 中村 雅臣)



《イチ押し! pick up》

会社DATA

遠藤醤油株式会社

■本社/守山市中町162 ■代表/遠藤 尚兵
■設立/1917(大正6)年 ■従業員数/5名 ■事業内容/醤油製造業 ■問い合わせ先/TEL:077-582-2125
■主な取扱店/コープしが、鮎家、県内各道の駅・湖の駅、ファーマーズマーケット、花様、三井アウトレットパーク滋賀竜王、(株)エスサーフ 他

杉の大桶で2年熟成させた天然醸造の濃口醤油「琵琶のしずく」

1917(大正6)年に、野洲川の豊富な伏流水と近隣で収穫された良質の大豆、小麦を用いて醤油醸造を始めたのが遠藤醤油だ。創業から間もなく100年。今も創業当時の天然醸造を守り続ける。

完成から今年で88年になる仕込み蔵をのぞいてみると、杉の大桶に醤油の元になるモロミが黒く光っている。ここから生醤油になるには人工的に温度管理をすれば短期間でできるが、遠藤醤油では1年以上寝かせている。あくまで自然のままの発酵を待っているのだ。

そんなこだわりを持つ遠藤醤油の中でも、蔵自慢の一品が濃口醤油の「琵琶のしずく」だ。大豆も小麦も100%滋賀産、もちろん水は野洲川の伏流水。通常の熟成期間よりも長い2年の歳月をかけた味わいはまろやかな仕上がりで、煮炊きはもちろん、冷や奴など素材の持ち味を生かすかけ醤油としても好評だ。

ほかに、うすくち醤油をベースにかつおと昆布のうま味をブレンドした「料亭だし」や、本醸造醤油に柑橘果汁を加えたやさしい酸味の「味付ぼん酢」など、本物の味を提供している。

SHIGAGIN TOPICS

滋賀県と「地域密着連携協定」を締結

当行は3月20日、滋賀県との間で「地域密着連携協定」を締結しました。

本協定は、滋賀県に本店を置く唯一の地方銀行である当行と滋賀県が相互連携関係を一層強化し、県内産業の振興、地域の活性化および県民サービスの向上を図ることを目的として締結するもので、金融機関が滋賀県と連携協定を締結するのは、当行が初めてです。

当行はこれまで、環境保全活動やエコビジネスマッチングフェアの開催等で滋賀県と連携してまいりましたが、本協定締結を機に、さらなる協力関係の強化を目指します。

本協定では、ニュービジネスの創出や企業誘致、中小企業の海外展開サポート、地産地消の推進、環境保全、子供・青少年の育成など、全11分野で連携強化を図ります。また、今回締結にあたり、県内企業の海外展開をサポートする「アジア展開セミナー」の共同開催、当行店舗40カ店での滋賀県観光パンフレット用ラックの設置、「子ども110番の店」として当行店舗入口に統一ステッカーを掲示するなど、6項目で新た

な取り組みを実施してまいります。

締結式で嘉田滋賀県知事は「滋賀のものづくりの力を一層生かせる中小企業の活性化に、さらに力をいただきたい」と期待を述べられ、大道頭取は「これまでの連携を基盤に、より幅広く力強い活動を展開したい」と抱負を語りました。

当行は、本協定締結を機に滋賀県との連携をより一層強化し、滋賀県の持続可能な成長を目指して、地域経済へのさらなる貢献に取り組んでまいります。



締結式での大道頭取(左)と嘉田滋賀県知事

平成26年度 特許等取得活用支援事業(滋賀県)

知財総合 支援窓口

中小企業等が抱える知的財産に関する悩みや課題を
知財専門家、中小企業支援機関等と連携して
一元的に解決を図るワンストップサービスを提供



特許・意匠・
商標を取得
したい

先行技術
類似調査をしたい

他社と
権利侵害等
もめている

ブランド化して、
価値を高めたい

海外へ進出し、
事業展開したい

電子出願の
やり方が
わからない

減免制度が
利用したい

…等

こんなときにご活用を!!

<秘密は守ります>

無料で相談・支援に 応じます。

お気軽に
ご相談を!!

「知財総合支援窓口」にご連絡ください。

- 窓口支援担当者が相談を受け付けて支援します。
必要に応じて訪問支援も可能です。
- 窓口支援担当者による出張相談会を県内各地で
開催しています。
- サテライト窓口からテレビ電話で相談できます。
- 県内支援機関と連携して支援します。
- 必要に応じて適切な専門家を選定して支援します。
- 毎週金曜日に弁理士、月に一度月曜日に弁護士と
窓口で相談できます。
- 業務時間外および休日でも専門家の訪問指導が
可能です。
- 専門家(弁理士等)の活用と訪問相談における
支援の対象は、原則中小企業、個人事業主、創業
予定の個人の方となります。

お問い合わせ先

「知財総合支援窓口」 一般社団法人 滋賀県発明協会
滋賀県栗東市上砥山232 滋賀県工業技術総合センター別館1階

TEL:077-558-4040 / FAX:077-558-3887
<http://www.chizai-shiga.jp/>